

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
KINERJA PEMASARAN KOPERASI SIMPAN PINJAM
DAN PEMBIAYAAN SYARIAH (KSPPS) KOWANU
NUGRAHA KABUPATEN KUDUS**



TESIS

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
menyelesaikan jenjang pendidikan
Program Studi Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus**

**Oleh :
MUHAMAD WAHYUDI
NIM 2017-01-071**

**PROGRAM STUDI MAGISTER
MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS 2019**

TESIS

STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH (KSPPS) KOWANU NUGRAHA KABUPATEN KUDUS

Oleh :

MUHAMAD WAHYUDI

Untuk dipertahankan di depan penguji

Pada tanggal, 28 Agustus 2019

dinyatakan telah memenuhi syarat

Menyetujui,

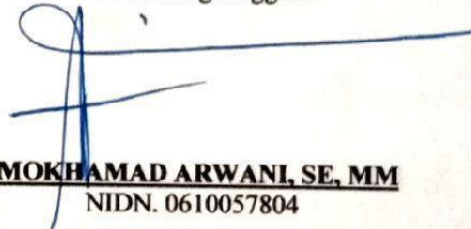
Tim Pembimbing,

Pembimbing Utama



Dr. Drs. H. M. ZAINURI, MM
NIDN. 0615076301

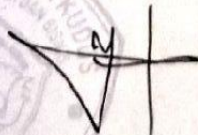
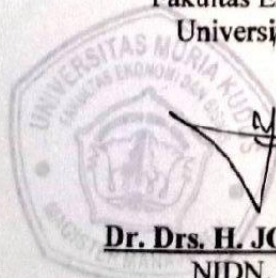
Pembimbing Anggota



Dr. MOKHAMAD ARWANI, SE, MM
NIDN. 0610057804

Mengetahui,

Ketua Program Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus



Dr. Drs. H. JOKO UTOMO, MM
NIDN. 0625076401

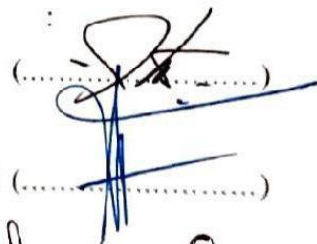
HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI TESIS

JUDUL : STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH (KSPPS) KOWANU NUGRAHA JAWA TENGAH

NamaMahasiswa : MUHAMAD WAHYUDI
NIM : 2017-01-071
Program Studi : Magister Manajemen
Minat : Manajemen Sumber Daya Manusia

TIM PEMBIMBING

Ketua : Dr. Drs. H. M. ZAINURI, MM.

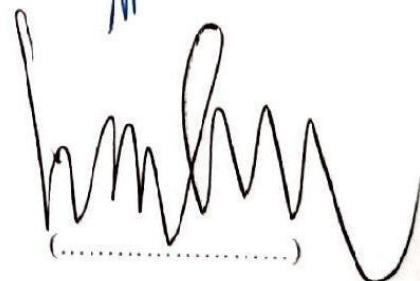
(.....)


Anggota : Dr. MOKHAMAD ARWANI, SE, MM

(.....)


TIM DOSEN PENGUJI :

Dosen Penguji : Dr. Drs. SUKIRMAN, S.Pd. SH. MM

(.....)


Tanggal Ujian : 28 Agustus 2019

PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa di dalam Naskah Tesis dengan judul :

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN KINERJA
PEMASARAN KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN
SYARIAH (KSPPS) KOWANU NUGRAHA KABUPATEN KUDUS**

Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia gelar MAGISTER MANAJEMEN dicabut, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Kudus, Agustus 2019

Penulis



MUHAMAD WAHYUDI

RIWAYAT HIDUP

MUHAMAD WAHYUDI, tempat tanggal lahir di : Kudus, 1 Januari 1985 anak pertama dari bapak Slamet Riyadi dan ibu Sarotu. Pendidikan formal MI Miftahul Ulum Karangampel Kudus lulus tahun 1997, MTs Negeri 1 Kudus lulus tahun 2000, MAN 2 Kudus lulus tahun 2003, dan S1 Universitas Muria Kudus Jurusan Ekonomi Manajemen lulus tahun 2008. Pengalaman kerja, Staf Administrasi pada PT Djarum Kudus tahun 2005 - 2010, staf pemasaran pada KSPPS Kowanu Nugraha Kabupaten Kudus tahun 2010 - 2012, Manager cabang KSPPS Kowanu Nugraha Kabupaten Kudus tahun 2012 – Sekarang.

Kudus, Agustus 2019

Penulis



MUHAMAD WAHYUDI

UCAPAN TERIMA KASIH

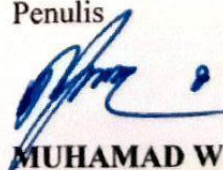
Dengan terlaksananya penyusunan Tesis ini, penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah membantu penulisan Tesis ini, antara lain:

1. Dr. Suparno, SH, MS, selaku Rektor Universitas Muria Kudus, selaku Rektor Universitas Muria Kudus yang telah memberikan kesempatan dan kemudahan selama mengikuti studi.
2. Dr. H. M. Edris, Drs, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi UMK yang telah memberikan kemudahan dalam melaksanakan studi.
3. Dr. Drs. H. M. Zainuri, MM dan Dr. MokhamadArwani, SE, MM, selaku pembimbing yang telah memberikan dorongan dan semangat dalam menyelesaikan studi.
4. Para dosen dan rekan-rekan penulis di Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bantuan atau ikut berperan dalam memperlancar penelitian dan penulisan tesis ini.
5. Istri dan anak-anakku tercinta yang telah banyak mendukung dan memberikan semangat dalam penulisan tesis ini.
6. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan tesis ini.

Semoga Tuhan Yang MahaEsa yang melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan tesis ini.

Kudus, Agustus 2019

Penulis



MUHAMAD WAHYUDI

ABSTRAK

Kinerja pemasaran koperasi berbasis syariah dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya yaitu segmentasi pasar, bauran pemasaran, dan citra produk. Penelitian bertujuan untuk menganalisis pengaruh segmentasi pasar terhadap citra produk, bauran pemasaran terhadap citra produk, segmentasi pasar terhadap kinerja pemasaran, bauran pemasaran terhadap kinerja pemasaran, citra produk terhadap kinerja pemasaran, segmentasi pasar terhadap kinerja pemasaran melalui citra produk, dan bauran pemasaran terhadap kinerja pemasaran melalui citra produk pada Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Kowanu Nugraha Jawa Tengah.

Penelitian merupakan penelitian explanatory. Subjek penelitian adalah karyawan KSPPS Kowanu Nugraha Jawa Tengah dengan jumlah sampel sebanyak 104 orang. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen kuesioner. Teknik analisis data menggunakan SEM (Structural Equation Modelling).

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa segmentasi pasar dan bauran pemasaran berpengaruh langsung terhadap citra produk maupun kinerja pemasaran. Citra produk berpengaruh langsung terhadap kinerja pemasaran. Segmentasi pasar dan bauran pemasaran berpengaruh terhadap kinerja pemasaran melalui citra produk.

Kata kunci: *segmentasi pasar, bauran pemasaran, citra produk, kinerja pemasaran.*

ABSTRACT

Marketing performance of sharia-based cooperatives can be influenced by various factors, including market segmentation, marketing mix, and product image. The research aims to analyze the effect of market segmentation on product image, marketing mix on product image, market segmentation on marketing performance, marketing mix on marketing performance, product image on marketing performance, market segmentation on marketing performance through product image, and marketing mix on marketing performance through product image in the Kowanu Nugraha Central Java Cooperative Savings and Loan and Financing Cooperatives (KSPPS).

Research is an explanatory research. The research subjects were KSPPS Kowanu Nugraha Central Java employees with a total sample of 104 people. Data collection was carried out using a questionnaire instrument. Data analysis techniques using SEM (Structural Equation Modeling).

Based on the results of the study it can be concluded that market segmentation and marketing mix directly influence the product image and marketing performance. Product image has a direct effect on marketing performance. Market segmentation and marketing mix influence marketing performance through product image.

Keywords: market segmentation, marketing mix, product image, marketing performance.



KATA PENGANTAR

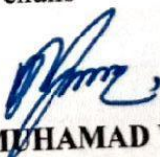
Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas berkah dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul **STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH (KSPPS) KOWANU NUGRAHA KABUPATEN KUDUS**. Tesis ini disusun dalam rangka menyelesaikan studi pada Program Magister Manajemen (S-2) di Universitas Muria Kudus.

Sebagai sebuah tesis tentunya tesis ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kami harapkan kritik, saran, dan masukan yang membangun. Tidak lupa kami juga sampaikan ucapan terima kasih kepada Pembimbing Dr. Drs. H. M. Zainuri, MM dan Dr. Mokhamad Arwani, SE, MM. yang telah memberikan dukungan sehingga tesis ini dapat selesai sesuai rencana.

Akhir kata semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca. Dengan segala kekurangannya semoga mampu memberikan sumbangsih kendati kecil untuk diterapkan baik dalam praktek maupun untuk penelitian selanjutnya.

Kudus, Agustus 2019

Penulis


MUHAMAD WAHYUDI

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN TESIS.....	ii
HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI TESIS	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS.....	iv
RIWAYAT HIDUP	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah	3
1.3.Tujuan Penelitian.....	4
1.4.Manfaat Penelitian	4
BAB II TELAAH PUSTAKA	5
2.1. Konsep Strategi Pemasaran	5
2.2. Konsep Lingkungan Bisnis.....	10
2.3. Formula Strategi.....	17
2.4. Konsep Koperasi.....	21
BAB III KERANGKA KONSEP DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	27
3.1. Kerangka Konsep Penelitian.....	27
3.2. Hipotesis Penelitian	32

BAB IV METODE PENELITIAN	40
4.1. Rancangan Penelitian	40
4.2. Populasi dan Sampel	40
4.3. Variabel Penelitian	41
4.4. Jenis dan Sumber Data	43
4.5. Metode Pengumpulan Data	44
4.6. Uji Validitas	45
4.7. Uji Reliabilitas.....	45
4.8. Analisis Deskriptif.....	46
4.9. Analisis Kuantitatif	47
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
5.1. Gambaran Umum Penelitian.....	51
5.2. Deskripsi Variabel Penelitian	53
5.3. Hasil Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	57
5.4. Pengujian Hipotesis	66
5.5. Pembahasan	71
BAB VI PENUTUP	79
6.1. Kesimpulan	79
6.2. Implikasi	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
4.1	Data Populasi dan Sampel Penelitian	41
5.1	Data Karakteristik Responden	51
5.2	Analisis Deskriptif Data Variabel Segmentasi.....	53
5.3	Analisis Deskriptif Data Variabel <i>Marketing mix</i>	54
5.4	Analisis Deskriptif Data Variabel Citra Produk	55
5.5	Analisis Deskriptif Data Variabel Kinerja Pemasaran	56
5.6	Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> VariabelEksogen.....	58
5.7	Hasil Uji Validitas Variabel Eksogen.....	59
5.8	Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> Variabel Endogen	60
5.9	Hasil Uji Validitas Variabel Endogen	61
5.10	Hasil Uji Reliabilitas.....	62
5.11	Hasil Pengujian Kelayakan Model Full Model.....	63
5.12	Uji Normalitas Data	64
5.13	Uji <i>Multivariate Outliers</i>	65
5.14	Regression Weights.....	66
5.15	Hasil Estimasi Parameter Pengaruh Langsung antar Variabel Berdasarkan Model SEM	66
5.16	Ringkasan Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung	68
5.17	Ringkasan Hasil PengujianHipotesis	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
3.1.	Kerangka Pikir Penelitian.....	32
5.1	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen.....	57
5.2	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen	60
5.3	Analisis Full Model.....	62



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	86
2.	Deskripsi Responden	89
3.	Tabulasi Data Penelitian	90
4.	Deskripsi Data Penelitian	91
5.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk	94
6.	Hasil Full Model SEM	97

